



**ANALISIS ASOSIASI MEREK (*BRAND ASSOCIATION*) PADA PRODUK
DETERJEN JENIS BUBUK MEREK RINSO, SURF, DAIA DAN ATTACK
DI KALANGAN IBU-IBU RUMAH TANGGA PERUMAHAN SATELIT
KABUPATEN SUMENEP
MADURA**

SKRIPSI

Oleh :

Taufan Perdana Jaya
NIM. 020810201166

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2007

ABSTRAKSI

Pada penelitian ini berjudul “Analisis Asosiasi Merek (*Brand Association*) Pada Produk Deterjen Jenis Bubuk Merek Rinso, Surf, Daia Dan Attack Di Kalangan Ibu-ibu Rumah Tangga Perumahan Satelit Kabupaten Sumenep Madura. Tujuan penelitian untuk mengetahui asosiasi merek pada produk deterjen jenis bubuk merek Rinso, Surf, Daia dan Attack di kalangan ibu-ibu rumah tangga Perumahan Satelit Kabupaten Sumenep Madura.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari kuesioner pada responden, yaitu ibu-ibu rumah tangga yang pernah menggunakan produk deterjen jenis bubuk merek Rinso, Surf, Daia dan Attack. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, dengan jumlah sampel adalah 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah alat analisis pengujian instrumen yaitu uji reliabilitas metode *Spearman-Brown*, dilanjutkan dengan analisis uji *Cochran*.

Berdasarkan hasil uji *cochran* bahwa Produk deterjen merek Rinso merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak; lembut ditangan; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Rinso tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan dan harga murah. Produk deterjen merek Surf merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak; lembut ditangan; harga murah; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Surf tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan. Produk deterjen merek Daia merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak; lembut ditangan; harga murah; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Daia tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan. Sedangkan Produk deterjen merek Attack merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak; lembut ditangan; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Attack tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan dan harga murah.

Kata Kunci : Asosiasi Merek

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	5
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	5
2.1.3 Produk.....	7
2.1.4 Atribut Produk	8
2.1.5 Merek.....	9

2.1.6	Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	13
2.1.7	Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>).....	16
2.1.8	Perilaku Konsumen	18
2.1.9	Pengetahuan	19
2.1.10	Kepribadian Konsumen	21
2.1.11	Kepribadian Merek.....	21
2.2	Penelitian Terdahulu	22
BAB III METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Rancangan Penelitian	26
3.2	Metode Pengambilan Sampel	26
3.3	Jenis Dan Sumber Data	27
3.3.1	Jenis Data.....	27
3.3.2	Sumber Data	27
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	27
3.4	Definisi Operasional Variabel Dan Skala Pengukuran ...	27
3.4.1	Definisi Operasional Variabel	27
3.4.2	Skala Pengukuran.....	30
3.5	Metode Analisis Data.....	30
3.5.1	Uji Reliabilitas Metode <i>Spearman-Brown</i>	31
3.5.2	Uji <i>Cochran</i>	32
3.6	Kerangka Pemecahan Masalah	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	36
4.1.1	Sejarah Singkat Perumahan Satelit Kabupaten Sumenep Madura.....	36
4.1.2	Kondisi Intern Perumahan Satelit Kabupaten Sumenep Madura.....	36
4.1.3	Struktur Organisasi Perumahan Satelit Kabupaten Sumenep Madura.....	38

4.1.4	Gambaran Warga Perumahan Satelit Kabupaten Sumenep Madura.....	43
4.1.5	Sekilas Tentang Rinso, Daia, Surf, Dan Attack	45
4.2	Hasil Analisis Data	46
4.2.1	Karakteristik Responden	46
4.2.2	Uji Reliabilitas Metode <i>Spearman-Brown</i>	48
4.2.3	Analisis Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>) Dengan Uji <i>Cochran</i>	53
4.3	Pembahasan	61
4.3.1	Uji Reliabilitas Metode <i>Spearman-Brown</i>	62
4.3.2	Analisis Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>) Dengan Uji <i>Cochran</i>	63
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan.....	66
5.2	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN – LAMPIRAN		

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat diambil simpulan sebagai berikut :

- a. Produk deterjen merek Rinso merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak;

lembut ditangan; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Rinso tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan dan harga murah.

- b. Produk deterjen merek Surf merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak; lembut ditangan; harga murah; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Surf tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan.
- c. Produk deterjen merek Daia merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak; lembut ditangan; harga murah; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Daia tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan.
- d. Produk deterjen merek Attack merupakan merek deterjen yang layak memiliki atribut asosiasi merek sudah terkenal; bersih, harum dan irit; busa banyak; lembut ditangan; mudah diperoleh; dan kemasan menarik. Selain itu produk deterjen merek Attack tidak layak memiliki atribut asosiasi banyak pilihan dan harga murah.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan mengenai analisis asosiasi merek (*Brand Association*) pada produk deterjen jenis bubuk merek Rinso, Surf, Daia dan Attack adalah sebagai berikut :

- a. Untuk produk deterjen merek Rinso tidak memiliki asosiasi banyak pilihan dan asosiasi harga murah, sebaiknya pihak perusahaan berusaha memperbaiki asosiasi-asosiasi tersebut, misalnya untuk asosiasi banyak pilihan, sebenarnya Rinso memiliki banyak pilihan manfaat tetapi masih ada konsumen yang belum mengetahuinya sebaiknya pihak perusahaan hendaknya melakukan iklan secara besar-besaran baik melalui iklan di media cetak atau televisi dan untuk asosiasi harga murah yang tidak menjadi *brand image*, meskipun harga produk deterjen merek Rinso tergolong mahal, sebaiknya pihak perusahaan

menambah kualitas dari produk tersebut, agar konsumen tidak kecewa. Selain itu jika memungkinkan pihak perusahaan menambah asosiasi lain untuk mengganti asosiasi yang tidak dipakai agar lebih banyak lagi pembentuk *brand image* dari produk deterjen merek Rinso.

- b. Untuk produk deterjen merek Surf tidak memiliki asosiasi banyak pilihan, sebaiknya pihak perusahaan memperbaikinya, misalnya perusahaan mengeluarkan produk deterjen baru dengan keunggulan / manfaat yang berbeda. Sehingga asosiasi pembentuk *brand image* dari produk deterjen merek Surf lebih banyak. Selain itu harus dipikirkan juga untuk menambah asosiasi-asosiasi yang baru guna menambah *brand image* dari produk deterjen merek Surf.
- c. Untuk produk deterjen merek Daia tidak memiliki asosiasi banyak pilihan, sebaiknya perusahaan membenahinya, misalnya mengeluarkan produk deterjen baru untuk bahan pakaian tertentu, atau lebih fokus pada pengguna / pelanggan seperti mengeluarkan produk deterjen yang dikhususkan untuk pakaian bayi dan mengandung aroma pengharum yang disukai oleh bayi. Selain itu juga tidak menutup kemungkinan pihak perusahaan menambah asosiasi-asosiasi baru sebagai pembentuk *brand image* dari produk deterjen merek Daia agar tetap mampu bersaing dengan merek lain.
- d. Untuk produk deterjen merek Attack tidak memiliki asosiasi banyak pilihan dan asosiasi harga murah, sebaiknya perusahaan berusaha memperbaiki asosiasi-asosiasi tersebut, misalnya untuk asosiasi banyak pilihan, pihak perusahaan hendaknya melakukan inovasi / pengembangan terhadap produk deterjen tersebut seperti mengeluarkan produk deterjen khusus noda-noda tertentu, dan untuk asosiasi harga murah yang tidak menjadi *brand image*, meskipun harga produk deterjen merek Attack tergolong mahal diantara merek produk deterjen lain, sebaiknya pihak perusahaan meningkatkan kualitas dari produk tersebut, agar konsumen tidak kecewa. Selain itu juga pihak perusahaan menambah asosiasi baru guna menambah *brand image* dari produk deterjen merek Attack.

- e. Untuk semua merek produk deterjen jenis bubuk khususnya merek Rinso, Surf, Daia dan Attack, yang semua tidak memiliki asosiasi banyak pilihan sebaiknya setelah melakukan pengembangan produk selanjutnya melakukan promosi baik melalui media televisi ataupun media cetak, dengan menekankan pada informasi tentang manfaat yang baru dikeluarkan, ini untuk mengurangi ketidak mengertian / kurangnya informasi para konsumen khususnya ibu-ibu rumah tangga Perumahan Satelit Kabupaten Sumenep Madura.

DAFTAR PUSTAKA

- Durianto, Darmadi, Dkk. 2000. *Strategi Menaklukkan Pasar : Melalui Riset Ekuitas Merek Dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., dan Miniard, Paul W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Edisi Keenam. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gitosudarmono, Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Control*. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Ikrar Mandiriabadi.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Prenhanlindo.
- Muliana, Andi I.M. 2004. *Analisis Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dan Asosisasi Merek (Brand Association) Produk Sabun Muka Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember*. Skripsi (Tidak dipublikasikan). Jember.
- Saputri, Dita A. 2005. *Analisis Asosiasi Merek Pada Produk Shampo Di Kalangan Mahasiswa SI Non Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember*. Skripsi (Tidak dipublikasikan). Jember.

Simora, Bilson. 2001. *Remarketing For Business Recovery : Sebuah Pendekatan Riset*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sumarni, Murti dan Suprihanto, John. 1998. *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi Kelima. Yogyakarta: Liberty.

Sundoro, Arif B. 2006. *Analisis Brand Association (Asosiasi Merek) Pada Produk Sabun Mandi Merek Lifebouy, Lux dan Nuvo Dikalangan Mahasiswa S1 Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Jember*. Skripsi (Tidak dipublikasikan). Jember.

Swastha, Basu Dh. 1999. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

-----, 2003. *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wirawan, Nata. 2002. *Statistika 2 (Statistik Inferensia)*. Bali: Keraras Emas.

Wulandari, Deasy. 2005. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Diktat Kuliah : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Jember.

www.swa.co.id